



## Verkopen is een vak...

...en boomkwekers kunnen dat niet. De oplossingen!

Martin Terlouw (links) van PlantMatch en Wout Rademaker (tweede van links), eigenaar van Kwekerij Bloemendaal, op de beurs IPM in Essen in gesprek met enkele potentiële klanten.

**Boomkwekers kweken. Dat is hun vak, daar zijn ze goed in. Het verkopen van het leverbare product is maar een lastig bijverschijnsel. Maar met het groter worden van de concurrentie en het wegvallen van plantzoekers wordt het verkopen steeds belangrijker voor een goed bedrijfsresultaat. Verkopen is een vak geworden en de gemiddelde boomkweker kan dat niet. Los dat probleem op en uw bedrijfsresultaat stijgt met grote sprongen. Net als gewone ondernemers worden boomkwekers een spin in het web, iemand die aan heel veel touwtjes trekt.**

Auteur: Jaap Smit

De boer op! Afnemers bezoeken, relaties beheeren. Aanwezig zijn op bijeenkomsten waar ook je afnemers zijn. Netwerken: het buzz-word van de laatste jaren. Via internet of fysiek, het kan allemaal en het werkt ook echt. Maar het kost gruwelijk veel tijd en het moet je liggen. De gemiddelde kweker is liever op z'n tuin, stekt, ent, pot en poot. Daar heeft hij zijn tijd hard nodig, dat vindt hij leuk. Vaak waren het kweken op zich en de groene vingers ooit de reden om te kiezen voor het boomkwekersvak. Nu boomkwekers steeds meer ondernemer zijn, is het al dan niet beschikken over nieuwe ondernemers-

vaardigheden een van de dingen die het verschil maken tussen net overleven en een lekkere botenham verdienen. Probleem vastgesteld. Wat is de oplossing?

### Veilig naar de veiling?

Nu de boomkwekerij steeds meer opschuift naar de potplantenkwekerij - met veel binnenteelt, visueel aantrekkelijk spul en kleinere, sneller te kweken maten - groeit de afzet van boomkwekerijproducten via de veiling. Dit is een relatief gemakkelijk afzetkanaal: zet je uniforme planten op een kar en zorg dat ze voor de klok komen.

## Internet is voor enkele gespecialiseerde boomkwekers een niet te missen verkoopkanaal

De prijs kan meevallen, maar kan ook wel eens onderuitgaan. Is dat de reden dat de aanvoer voor de klok in 2010 daalde met 8 procent? De afzet via Connect, het vroegere bemiddelingsbureau, steeg tegelijkertijd met 18 procent. En



belangrijk is. In het groothandelskanaal is verkoop via internet niet heel wijdverbreid, of het moeten de handelssystemen zijn, die als paddenstoelen de grond uit schieten. Was het ooit VARB die de dienst uitmaakte, nu zijn daar onder meer TreeCommerce, Boomaanbod, Boomkwekerij.net, Greentrader en Leaftrader bijgekomen. Daarover binnenkort meer in dit vakblad.

### In het algemeen zijn kwekers binnen een samenwerkingsverband niet verplicht alle verkoop samen te realiseren

#### Samen sterk

Het is al langer bekend: formeel een groep kwekers, maak gebruik van ieders sterke punten en ga SAMEN de boer op. Dat gebeurt op twee manieren. Ten eerste door kwekers die eenzelfde soort product kweken, met als doel grote partijen te kunnen aanbieden aan bouwmarkten en supermarktketens: Hebe-kwekers met andere Hebe-kwekers. Aan de andere kant wordt er samenwerking gezocht door kwekers van wie het sortiment elkaar aanvult: deze collectieven kunnen afnemers een breed pakket planten leveren. Maar dat is niet zo gemakkelijk als het klinkt. Uitgangspunt is dat de samenwerkende kwekers ieder een gezond bedrijf hebben, waarin echte ondernemers aan het roer staan. Structurele, schriftelijke afspraken zijn noodzakelijk om als een serieuze partij te worden gezien.

In het algemeen zijn kwekers binnen een samenwerkingsverband niet verplicht alle verkoop samen te realiseren. Hier verschilt de boomkwekerij duidelijk van de bloemisterij en haar veiling. Uiteindelijk kan samenwerking bij de verkoop uitmonden in een bundeling van inkoopkracht, teeltkennis etc. Maar bij de heersende cultuur in de boomkwekerij zal dat niet zo'n vaart lopen.

#### Marketing & sales-dienstverleners

Een moderne plantenzoeker, zo zou je met wat fantasie het bedrijf PlantSalesService van René Pijnenburg kunnen noemen. Als een soort make-laar weet hij door zijn contacten bij inkopers en retailers waar vraag is. Pijnenburg maakt met kwekers afspraken over verkoopondersteuning voor het betreffende bedrijf. Afspraken die per bedrijf op maat worden gemaakt. Dankzij zijn contacten is Pijnenburg in staat een goed idee

van een kweker uit te bouwen tot een verkooprijp concept..

Verkoopmedium van Rijnbeek Excellent Plant, Jungheim Boomkwekerijen, Kwekerij Vredebest en Kwekerij Bloemendaal, zo noemt Martin Terlouw van PlantMatch zich. Om zijn klanten zo goed mogelijk van dienst te zijn, is het digitale plantaanbod van de kweker op de PlantMatch-website te lezen. "In mijn optiek vraagt de huidige markt dat je 110 procent ondernemer, 110 procent kweker en 110 procent verkoper bent. En al deze eigenschappen bezit geen mens. De kracht is dat iedereen doet waar hij goed in is. Het is een positieve ontwikkeling dat steeds meer bedrijven dit gaan zien en dus externe capaciteit aantrekken. Samenwerking is hierin belangrijk.", aldus Terlouw. Hij handelt namens de kwekerijen en heeft naast zijn verkooprol ook bemoeienis met de marketing We doen het echt samen. Zo ben ik ook betrokken bij het uitzetten van de lijnen voor de strategie van de bedrijven. Terlouw maakt per kwekerij individuele afspraken over de te verlenen activiteiten.

Ook International Plant Service is op deze leest geschoeid. Patrick Dekker vertegenwoordigt kwekers als Ruud Vosbeek, J.A. Laban en D'n Oerts en zoekt afnemers voor hun producten. Dat kunnen eindproducten zijn, maar ook voor plantgoed wordt een nieuw baasje gezocht. Overigens kunnen inkopers uiteraard ook bij Dekker terecht voor het invullen van hun plantwensen.

Ook Dekker verzorgt ondersteuning voor "alles wat met verkoop te maken heeft". Blijkbaar wordt hiermee invulling gegeven aan een behoefte. Want zelfs Floramedia, vroeger de 'label-boer', helpt kwekers bij het vervaardigen en vermarkten van planten: van labels, mailings en contacten tot het online aanbieden. Verkopen is een vak geworden!

FloraHolland denkt dat de omzet in boomkwekerijproducten van 218 miljoen euro in 2010 stijgt naar 250 miljoen euro in 2011. Feitelijk besteedt u de verkoop uit aan professionals. Het aantal boomkwekers dat gebruik kan maken van dit afzetkanaal is echter beperkt. En dat geldt vooral bij het sortiment waarin 'massa' en 'visueel aantrekkelijk' elkaar vinden.

#### Via internet

Internet is voor enkele gespecialiseerde boomkwekers een niet te missen verkoopkanaal. Een bewerkelijk kanaal, waarbij de vindbaarheid via zoekmachines - lees Google - van levensbelang is. Is dit iets wat de gemiddelde boomkweker zelf voldoende kan organiseren? Organiseren wel, maar hij kan het niet zelf uitvoeren. Zie daarvoor elders in dit blad ook het artikel Kun je eigenlijk nog wel zonder? Boomkwekerijen en hun digitale gezicht naar buiten toe. Internetverkoop is vooral geschikt voor bedrijven waar particuliere verkoop